

基本構想策定支援シート 文化・芸術

資料2

1. 現行基本構想・基本計画内の文化・芸術分野における主な成果と実績

No	論点	現行施策	主な成果・実績
1	芸術文化の振興	● 芸術文化の振興	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 荒川区文化祭来場者数 16,459人 (H29) →15,578人 (R6) ➢ 芸術文化・地域振興事業来場者数 42,241人 (H29) →43,840人 (R6) ➢ 藝大と連携した事業への参加者数 1,761人 (H29) →857人 (R6) ➢ 俳句文化振興事業投句事業への投句数 1,535句 (H29) →4,367句 (R6) ➢ 荒川区文化祭参加者数 2,816人 (H29) →6,230人 (R6) ➢ 芸術文化・地域振興事業数 58事業 (H29) →58事業 (R6) ➢ 藝大と連携した事業数 9事業 (H29) →9事業 (R6) ➢ 俳句ポスト設置数 10か所 (H29) →21か所 (R6) ➢ 平成27年3月に「荒川区俳句のまち」を宣言してから10年間俳句文化振興を推進し、令和6~7年度にかけて10周年記念として重点的に俳句振興を実施した。
2	国内・海外都市との交流の推進	● 国内・海外都市との交流の推進	<ul style="list-style-type: none"> ➢ (全国連携プロジェクト参照) 連携自治体への関心度 87% (R5) →88% (R6) ➢ (全国連携プロジェクト参照) 事業参加者の満足度 84% (R5) →86% (R6) ➢ 交流事業実施都市数 14都市 (R3) →38都市 (R6) ➢ 国内交流都市との連携事業数 26事業 (H29) →37事業 (R6) ➢ 通訳ボランティア登録言語数 15言語 (R3) →18言語 (R6) ➢ 海外都市交流事業参加者数 305人 (H29) →280人 (R6)
3	伝統文化の保存と継承	● 伝統文化の保存と継承	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 荒川ふるさと文化館入館者数 20,059人 (H29) →11,199人 (R6) ➢ 伝統工芸ギャラリー入館者数 2,890人 (H29) →3,205人 (R6) ➢ 荒川区伝統工芸技術保存会との共催で平成29年度に荒川ふるさと文化館内に伝統工芸ギャラリーを開設、伝統工芸品の展示や職人による実演等を実施 ➢ 伝統技術展来場者数 16,000人 (H29) →8,300人 (R6) ➢ 伝統技術展参加職人数 66人 (H29) →54人 (R6) ➢ 学校職人教室実施学校数 24校 (H29) →24校 (R6) ➢ 伝統工芸技術継承者育成支援事業現場実習受入者(職人)数(累計) 15人 (H29) →17人 (R6) ➢ 伝統工芸技術継承者育成支援事業修業者数 9人 (H29) →4人 (R6) ➢ 伝統工芸技術継承者育成支援事業修了者数(累計) 10人 (H29) →18人 (R6)

2. 区を取り巻く社会動向

社会状況の変化
<ul style="list-style-type: none"> ● 新型コロナウイルス感染症の拡大を契機にデジタル化の進行とオンライン需要が拡大し、オンライン展示・デジタルアーカイブの整備・遠隔ワークショップの普及が進んだ。芸術文化が地域振興の核として位置づけられる動きが強まっており、公共空間でのパブリックアート、住民参加型の制作・対話型イベントの促進、地域文化財の保存・活用等が進んだ。 ● SDGsの目標11(住み続けられるまちづくり)において、「世界の文化遺産及び自然遺産の保護・保全の努力強化」がターゲットに掲げられるなど、伝統的文化の保存や継承していくことの重要性は増している。 ● 多様な文化を振興し、保全・活用の資源を確保する手段として、文化観光への注目が集まっており、博物館など地域の文化拠点等と連携し、文化財の発信施策にも適宜参加しながら、地域の文化観光の振興を総合的かつ一体的に推進することも重要となっている。

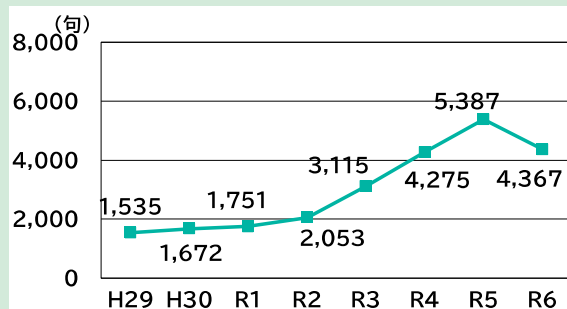
国や都の主な動向
<p>【国の動向】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 平成29年6月に文化芸術に関する総合的かつ計画的な振興を目的に、「文化芸術振興基本法」が「文化芸術基本法」へと改正された。 ● 令和元年改正文化財保護法により、地方公共団体が域内の文化財の保存・活用に関するマスタープランとして「文化財保存活用地域計画」を策定することを推進している。 ● 「文化芸術基本法」に基づき平成30年3月には「文化芸術推進基本計画」が策定され、令和5年度から9年度を計画期間とする「文化芸術推進基本計画(第2期)」では、文化芸術が「創造的な社会・経済活動の源泉として新たな価値や収益を生み」、「本質的価値の向上のために再投資される好循環」が実現することを期待している。 ● 「国・地方公共団体等が一体となった文化芸術の振興」を挙げ、文化芸術政策において地方公共団体が果たすべき役割の大きさを強調し、国や民間団体との連携や部局間の連携の必要性を指摘している。 ● 「地方創生」政策において、都市交流により関係人口を創出・拡大する等、地域経済の活性化や人材確保のための戦略を位置付けている。 <p>【都の動向】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 令和4年3月に「東京文化戦略2030」を策定し、芸術活動における好循環を生み出し、都民の生活をより豊かにすることを目指している。 ● 「東京文化戦略2030アクションプラン」を策定し、令和7年度から令和9年度までのアクションプランでは、「地域で芸術文化に親しめる環境創出事業」として「東京都・区市町村文化行政ネットワーク会議」や「区市町村等職員向け講座」の開催、「アール・ブリュット」事業として「区市町村と連携した巡回展・イベント」を計画している。※「アールブリュット」とは、美術に関する専門的な教育を受けていない人々による美術潮流にとらわれない表現を指す。 ● 都市間交流の在り方が、単なる友好関係から、東京の「プレゼンス向上」と「経済成長」に直結する戦略的な交流へとシフトしている。 ● 文化財保護法や東京都文化財保護条例に基づき、都教育委員会や都が主体となって、埋蔵文化財の発掘調査・記録保存、文化財の指定・保護、登録文化財の管理支援、一般への公開イベントなど開催している。特に開発事業に伴う遺跡の記録保存は重要視されている。

3. 区の現状

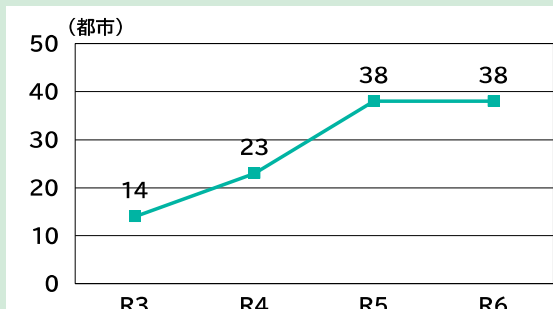
区の現状

- 平成27年3月に「俳句のまちあらかわ」を宣言し、令和6年度の俳句文化振興事業投句事業の投句数は4,367句となっている。
- 令和4年度区政世論調査結果では、芸術文化を振興していくために区が充実させていくべき取組として、「子どもが芸術文化に親しむ機会の充実」が26.9%と上位2番目に挙げられており、引き続き充実を図っていく必要がある。
- 区の芸術文化で特色のある分野については、「伝統工芸」が25.5%、「服飾（ファッション）」が12.9%、「俳句」が12.8%であった一方で「わからない」が37.1%、「特になし」が16.9%であった。
- 芸術文化活動・鑑賞の実施率については、「鑑賞を行った」が39.1%、「活動を行った」が13.3%であった一方で「活動・鑑賞も行わなかった」が48.2%であった。「活動も鑑賞も行わなかった」理由として、コロナ禍において「芸術文化事業が中止になった。又は外出を控えた」ことによるものが、特に60代以上で最も多くなっている。
- 複数の自治体と友好都市協定を結ぶなど、継続的な交流を行っている。
- コロナ禍以降、荒川ふるさと文化館の常設展示室入館者数が伸び悩んでいる一方で伝統工芸ギャラリーの入館者数は増えており、伝統工芸に関する関心の高さが伺える。
- 伝統技術展のアンケート調査では、来場者の約8割が区内在住で、伝統技術展を面白い(85.6%)、また来たい(86.3%)と回答している。
- 毎年実施している企画展における来場者のアンケート調査で、関心のある展示テーマについての回答は、荒川区の近現代に関するテーマが約半数(45%)となっている。

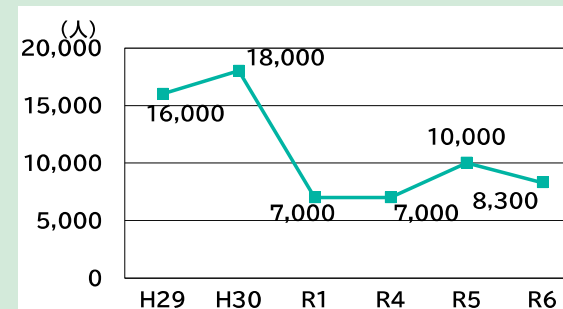
俳句文化振興事業投句事業への投句数



交流事業実施都市数



伝統技術展来場者数



4. 1～3を踏まえた課題

政策課題

- 区の文化芸術に対する理解を更に深めるため子どもから大人まで、芸術文化を知り、気軽に触れることのできる機会の創出が求められる。
- 友好都市協定を積極活用し、交流活動を活発化させることで、教育、平和、人権などあらゆる側面へ波及していく必要がある。
- 伝統文化の保存・継承に向けて、活用方法の検討や区内外への魅力発信、継承者職人の高齢化、継承者不足への対応が求められている。

5. 小委員会で検討する事項

1 2040年の望ましい姿・目指す姿

- 政策の2040年の望ましい姿・目指す姿についてキーワードを整理する。
- 「2040年にどんな状態になっているか」を整理する。
- 「～になっている」「～が実現してる」「～が整っている」「～を実感している」など。



2 望ましい姿・目指す姿を達成するための取組

- 政策の方向性についてキーワードを整理する。
- 上記で整理した状態になるには、どんな取り組みを行っていくのかを整理する。
- 「～を行う」「～取り組む」「～進める」など。

基本構想策定支援シート 産業

資料2

1. 現行基本構想・基本計画内の産業分野における主な成果と実績

No	論点	現行施策	主な成果・実績
1	産業基盤の整備・充実	● 産業基盤の整備・充実	<ul style="list-style-type: none"> 区内のお店や企業への印象（元気で活力があると感じますか？） 2.56 (H29) → 2.67 (R6) 企業訪問管理システムの登録企業数 8,947社 (H29) → 7,370社 (R6) あらかわ産業NET掲載企業数 815社 (H29) → 696社 (R6)
2	創業・新事業創出の支援	● 創業・新事業創出の支援	<ul style="list-style-type: none"> セミナー受講者の開業率 50.0% (H29) → 30.0% (R6) 区内における開業率 3.6% (H28) → 4.1% (R3) 創業支援セミナー受講者数 16人 (H29) → 24人 (R6) 創業支援融資実行件数 27件 (H29) → 41件 (R6) 新製品・新技術の開発件数累計 (MACCプロジェクト) 25件 (H29) → 34件 (R6) 産学連携研究開発等補助件数 3件 (H29) → 13件 (R6) コワーキングスペース年間延べ利用者数 6人 (R2) → 545人 (R6) ファッション関連に特化した創業支援施設である「イデタチ東京」を令和3年2月に開設し、令和6年度末現在、11社が卒業し7社が区内で引き続き運営している。
3	企業経営革新の支援	● 企業経営革新の支援	<ul style="list-style-type: none"> 新製品・技術の開発に対する取り組み意欲(製造業) 45.1% (H29) → 49.9% (R6) 新たな販路開拓に対する取り組み意欲(製造業) 47.5% (H29) → 45.6% (R6) 区内製造業の労働生産性 454万円/人 (H28) → 495万円/人 (R3) 融資実行件数 773件 (H29) → 1,014件 (R6) 新製品・新技術の開発補助件数 8件 (H29) → 6件 (R6) 見本市等出展補助件数 60件 (H29) → 60件 (R6) 魅力発信PR動画制作補助件数 6件 (H29) → 17件 (R6) 事業承継セミナー受講者数 10人 (H29) → 392人 (R6)
4	就労・人材確保の支援	● 就労・人材確保の支援	<ul style="list-style-type: none"> JOBコーナー町屋における就職者数 566人 (H29) → 343人 (R6) 就労支援相談窓口における進路決定者数 45人 (H29) → 33人 (R6) 中小企業人材確保支援事業 就職者数 25人 (R4) → 35人 (R6) マイタウン就職面接会 就職者数 85人 (H29) → 73人 (R6)
5	活力と魅力あふれる商店街・個店づくり	<ul style="list-style-type: none"> ● 活気あふれる商店街づくり ● 魅力あふれる個店づくり 	<ul style="list-style-type: none"> 商店街数 41箇所 (H29) → 37箇所 (R6) 街なか商店塾1講座あたり参加者数 4.3人 (H29) → 8.2人 (R6) 魅力あふれる個店づくり事業会員数 22人 (H29) → 74人 (R6) 魅力あふれる個店づくり事業では、参加店に向けたコーディネーターによる定期的な診断助言だけでなく、各個店の連携を促進するための分科会に対する補助を実施。おから活用グランプリは5回、下町花フェス！は12回を迎える人気イベントとなっている。 魅力あふれる個店づくり事業セミナー等開催数 4回 (H29) → 13回 (R6)

2. 区を取り巻く社会動向

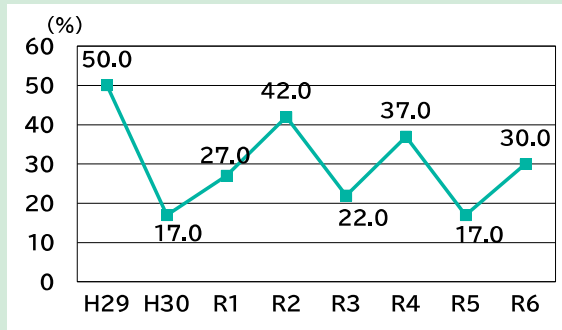
社会状況の変化
<ul style="list-style-type: none"> 出生数の減少や団塊世代が後期高齢者世代となるなど、少子高齢化がさらに進展するとともに、全体としての人口減少、労働力人口の減少が進んでいる。 円安等による原材料費やエネルギー価格の高騰の長期化により、企業、とりわけ中小・小規模事業者の経営に大きな影響を及ぼしている。 気候変動対策として脱炭素化に向けた経営が中小企業において求められている。 デジタル基盤の高度化に伴い、クラウド、ビッグデータ、AI、IoT、ブロックチェーンなどの新たな技術が急速に発展・普及し、新しいビジネスモデルの創出が容易になった。 コロナ禍による社会経済構造の変化により、リモートワークの普及など、働き方が大きく容容しており、起業に関する地理的制約も緩和が進んだ。また、非対面サービスやデジタル化を前提としたビジネス領域（オンライン教育、デリバリー等）が急速に成長した。 革新的な技術やビジネスモデルを有し急成長が期待されるスタートアップが、成長のドライバーとして、将来の雇用や所得の創出等を通じて、経済成長を牽引する重要な担い手として位置付けられている。 インターネットの利用拡大やスマートフォンの普及に伴ってネット通販やキャッシュレス化が普及するなど、消費行動が変化している。 大型ショッピングモールやディスカウントストア、ドラッグストア等の増加により、消費者の利便性向上といった効果が見られる一方、商店街の衰退、地域コミュニティの希薄化など、地域経済やまちづくりへの影響が生じている。
国や都の主な動向
<p>【国の動向】</p> <ul style="list-style-type: none"> 平成30年7月に、「働き方改革を推進するための関係法律の整備に関する法律」が公布された。これに伴い、平成31年4月から労働基準法等の働き方改革関連法が順次改正された。 特に中小企業・小規模事業者の方々が抱える様々な課題に対応するため、ワンストップ相談窓口として「働き方改革推進支援センター」を47都道府県に開設した。 令和4年に「スタートアップ育成5か年計画」を策定した。 投資額の拡大目標を明確化（令和9年度にスタートアップへの年間投資額を約10兆円規模へ拡大）した。 中小企業の後継者不足問題に対応するため、経営承継円滑化法の活用により、税制・金融支援・法律面での特例を設け事業承継を促進している。 「中小企業・小規模事業者の賃金向上推進5か年計画」を策定し、中小企業の賃金引き上げと経営革新を令和11年度までの5年間で集中的に支援している。 地方創生の柱組みや観光立国推進基本計画では、地域の商店街・小規模事業者を地域経済の中核と位置づけ、観光や関係人口とも連動した振興策が示されている。 令和8年1月に「製造委託等に係る中小事業者に対する 代金の支払の遅延等の防止に関する法律」（取適法）が施行され、適用対象の拡大や禁止行為の追加など、取引の適正化と中小受託事業者の保護の強化が図られた。 <p>【都の動向】</p> <ul style="list-style-type: none"> 創業希望者等と後継者不在企業をつなぐ「東京版プラットフォーム」の構築を進めている。 令和4年に「Global Innovation with STARTUPS」を策定した。 「2050東京戦略」等により、創業支援と事業承継をつなぐ実践的スキーム（TOKYO白馬の騎士ファンデ、TOKYO版マッチングプラットフォームなど）を整備している。 東京都・大学・民間企業・VCなどを含む多様な主体で「東京圏全体のスタートアップ・エコシステム」を構築するための組織である「Tokyo Consortium（東京コンソーシアム）」設置。 スタートアップ支援のための拠点「Tokyo Innovation Base」を開設。 「働き方改革パワーアップ応援事業」を行っている。 国の方針に沿って、「東京働き方改革推進支援センター」が設置され、専門家が中小企業からの相談に応じている。 令和元年に全国初の「都民の就労の支援に係る施策の推進とソーシャルファームの創設の促進に関する条例」を定めた。 東京都中小企業振興ビジョンでは、生産性向上・商店街の高付加価値化・空き店舗対策などを重点的に支援する方針が示されている。

3. 区の現状

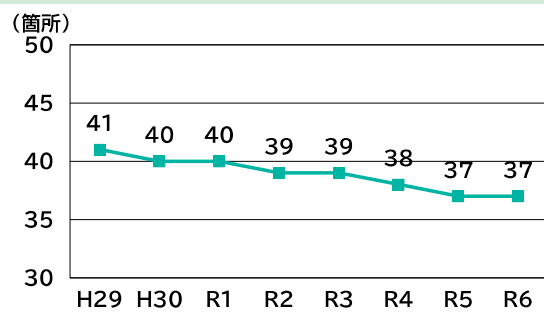
区の現状

- 円安等による原材料費、エネルギー価格等の高止まり、少子高齢化の進展による人手不足、経営者の高齢化等による後継者不足等が区内企業の経営に大きな影響を及ぼしており、事業所、特に製造業や飲食、卸小売業が減少し、経済センサス調査では、2016年の9,060事業所から2021年は8,346事業所と事業所数が大きく減少しており、特に製造業や飲食、卸小売業の減少率が高くなっている。
- 区の製造業等実態調査（2025年）では、今後の事業承継・経営権移転の予定について未定の企業が約4割おり、事業承継等に向けた周知・啓発等が必要となっている。今後の経営方針について現状維持と考えている企業は約6割強と過半を占めている。また、今後の取組課題にデジタルの活用としている企業は1割強にとどまっている。
- 開業率は、2016年度の3.6%に比べ、2021年度は4.1%と上昇しているが、全国、東京都平均と比べると下回っている状況である。
- 区の製造業等実態調査（2025年）では、「積極的に技術開発」に取り組んでいる事業者は1割に満たない。また、経営者の平均年齢は60歳以上が約6割おり、廃業予定の事業者も1割強い。
- 区内企業の労働生産性は、多くの業種において、国や都の数値よりも低い水準となっている。
- 区の製造業等実態調査（2025年）では、約4割の企業が人手不足の状況となっている。
- 区内商店街数については大型スーパー等の増加やネット通販の広がり等により消費者の購買行動の変化等の影響で大きく減少してきている。商店街運営においても、役員の高齢化が進行し、深刻な後継者不足により組織力が低下してきている。

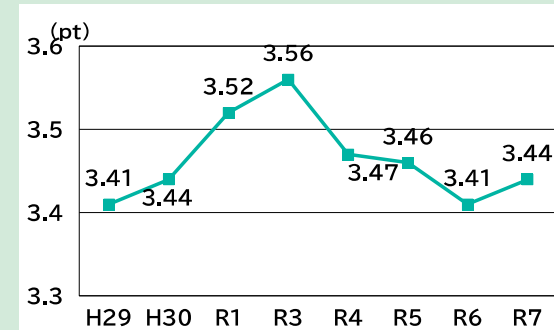
セミナー受講者の開業率



商店街数



区内買物の利便性



4. 1～3を踏まえた課題

政策課題

- 区内企業の生産性向上等による高付加価値を創出し、区内での雇用の確保と拡大を図り、地域内消費を促進することにより地域経済の好循環を生み出していく施策展開を図っていく必要がある。
- 成長を目指す企業が事業継続力を高め持続的に成長できるような支援の一層の強化を図るとともに、区内での創業を促進し、さらに成長できる環境づくりを行っていく必要がある。
- 高い技術力を有する小規模なモノづくり企業が集積している強みとコンパクトな地域特性を生かし、顔の見える、企業間での密なネットワークを形成して、小規模事業者では対応が難しい経営課題や地域課題に取り組んでいく必要がある。
- 商店街は、食料品・日用品・飲食など、地域住民の身近な購買ニーズに対応する生活インフラとしての機能として、また、地域コミュニティの拠点として重要な役割を担っており、商店街自らがその魅力を更に向上させ、地域が求めるニーズに的確に応えていくための取組を支援し、商店街の振興を一層進めていくことが求められている。

5. 小委員会で検討する事項

1 2040年の望ましい姿・目指す姿

- 政策の2040年の望ましい姿・目指す姿についてキーワードを整理する。
- 「2040年にどんな状態になっているか」を整理する。
- 「～になっている」「～が実現してる」「～が整っている」「～を実感している」など。



2 望ましい姿・目指す姿を達成するための取組

- 政策の方向性についてキーワードを整理する。
- 上記で整理した状態になるには、どんな取り組みを行っていくのかを整理する。
- 「～を行う」「～取り組む」「～進める」など。

1. 現行基本構想・基本計画内の地域のにぎわい分野における主な成果と実績

No	論点	現行施策	主な成果・実績
1	観光資源の発掘とにぎわいの創出	● 観光資源の発掘とにぎわいの創出	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 観光イベント来場者満足度 80.7% (H29) → 93.5% (R6) ▶ 日暮里駅前イベント広場において、にっぽりトレインフェス、日暮里道灌まつり等の区主催事業に加え、民間団体によるイベントの支援を積極的に行っている。 ▶ ふらっとにっぽりにおいて、日暮里繊維街と連携したイベントやインバウンド向けイベントを実施している。 ▶ デジタル機器を活用したデジタルスタンプラリーなど、周遊性の拡大につながる事業を積極的に実施している。
2	受入体制の充実と観光情報の発信	● 受入体制の充実と観光情報の発信	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 日暮里観光案内所利用者数 29,186人 (H29) → 49,500人 (R6) ▶ 観光PR協力所設置件数 91か所 (H29) → 76か所 (R6) ▶ まちあるきマップ発行部数累計 1,748千部 (H29) → 2,324千部 (R6) ▶ 日暮里観光案内所や主な区施設、日暮里繊維街に公衆無線LANを整備しているほか、区内各地に観光案内板を設置している。 ▶ 国内向けに、地球の歩き方やことりっぴ日暮里等の観光パンフレットで区の魅力発信を行っている。 ▶ 京成スカイライナーを通じて繋がる、成田空港から日暮里へのインバウンド（訪日客）は、増加傾向にある ▶ インバウンド向けに「ArakawAmazing!」やまちあるきマップ等で多言語での区の魅力発信を行っている。

2. 区を取り巻く社会動向

社会状況の変化
<ul style="list-style-type: none"> ● コロナ禍においては、国内外移動制限により観光客数は大幅に減少したものの、その終息に伴って観光客数は回復・増加している。特にインバウンドが大幅に増加している。 ● 令和7年の年間訪日外国人旅行者数は42,683,600人で、前年比では15.8%増と過去最高を更新した。 ● 円安傾向が続いており、インバウンドにとって割安感がある一方で、日本国民の海外旅行には割高感が増している。 ● スマートフォンなど、デジタル機器を活用した翻訳サービスや地図が普及している。 ● デジタル技術の加速に伴い、観光やイベント等におけるキャッシュレス化へのニーズが高まっている。 ● インバウンドの増加に伴い、特定の観光地や時間帯に訪客者が集中し、公共交通機関、歩行空間や施設の混雑、騒音やごみ問題など地域住民の生活環境への影響（オーバーツーリズム）が課題となっている。

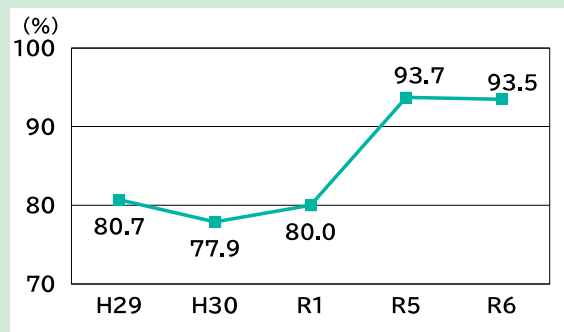
国や都の主な動向
<p>【国の動向】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● コロナ禍の終息や落ち込んだ観光経済の回復を見据え、政府は、令和5年3月に「観光立国推進基本計画（第4次）」を策定し、観光立国の持続可能な形での復活に向け、「持続可能な観光」「消費額拡大」「地方誘客促進」を位置付けている。 ● 政府は、訪日外国人旅行者数について、2030年までに6,000万人、訪日外国人旅行消費額で15兆円を目標としている。 ● 観光振興が地域社会・経済に好循環を生み、インバウンド回復と国内交流拡大の双方を支える、持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数を増加させることや、訪日外国人旅行者旅行消費額がコロナ前を上回ることを目標としている ● 令和5年5月には、インバウンドの回復・拡大に向けて、「新時代のインバウンド拡大アクションプラン」を策定し、インバウンド需要をより大きく効果的に根付かせる」方策を取りまとめ、「ビジネス」、「教育・研究」、「文化芸術・スポーツ・自然」の分野を柱として、国際的な人的交流を伴う取組みの深化と掘り起しを図り、インバウンドの着実な拡大を図るとしている。 <p>【都の動向】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 観光産業を再び成長軌道に乗せ、世界最高の「PRIME 観光都市・東京」を実現するため、「PRIME 観光都市・東京 東京都観光産業振興実行プラン ～観光産業の復活と持続的な成長に向けて～」を令和4年2月に策定し、単にコロナ禍前に戻るのではなく、観光産業が活力を取り戻し、一層成長することで、都民生活や地域社会に潤いや豊かさをもたらす「観光産業の復活と「サステナブル・リカバリー」の実現」を基本理念として定めている。

3. 区の現状

区の現状

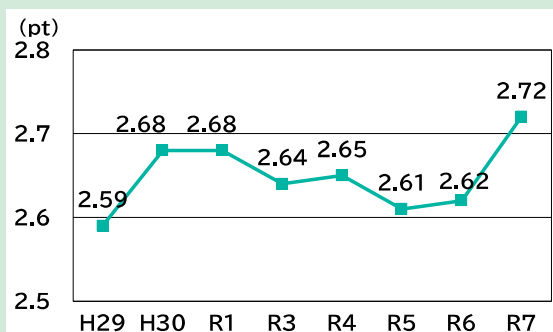
- 個店や商店などの資源につながりが少なく、回遊性・周遊性が十分でない。
- 観光的な評価を受けている事例についても、売上や新規顧客の獲得には十分に活かされておらず、個店の魅力が効果的にPRできていない。世界的な宿泊施設紹介サイトで、荒川区が「味覚の穴場」の世界10都市の一つとして掲載されたことにより、国内外からの注目度は増している。

観光イベント来場者満足度



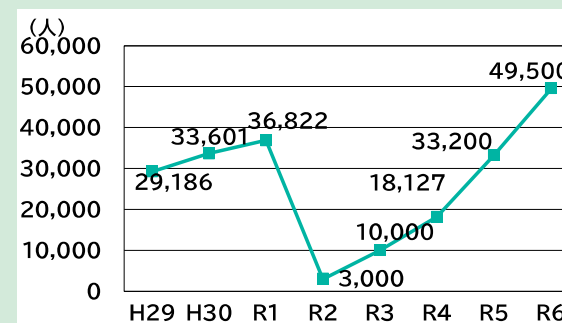
コロナの影響により、令和2～4年度に観光イベントは実施していない。

まちの魅力



コロナの影響により、令和2年度調査は実施していない。

日暮里観光案内所利用者数



4. 1～3を踏まえた課題

政策課題

- 区内の様々な資源を活かし、観光客の回遊性・周遊性を高めていく必要がある。
- 区の魅力を区内外の人々に的確に発信し、新たな来訪者やリピートを増やしていく必要がある。
- 交通利便性が高いことを活かし、通過するのではなく区内の滞在時間を上昇させる必要がある。
- インバウンドの更なる増加を見据え、受け入れ態勢を強化していく必要がある。

5. 小委員会で検討する事項

1 2040年の望ましい姿・目指す姿

- 政策の2040年の望ましい姿・目指す姿についてキーワードを整理する。
- 「2040年にどんな状態になっているか」を整理する。
- 「～になっている」「～が実現してる」「～が整っている」「～を実感している」など。



2 望ましい姿・目指す姿を達成するための取組

- 政策の方向性についてキーワードを整理する。
- 上記で整理した状態になるには、どんな取り組みを行っていくのかを整理する。
- 「～を行う」「～取り組む」「～進める」など。

1. 現行基本構想・基本計画内の区民参画・協働・シティプロモーション分野における主な成果と実績

No	論点	現行施策	主な成果・実績
1	区民参画・協働の推進	<ul style="list-style-type: none"> 区民参画・協働の推進 各種団体等との円滑な連携 	<ul style="list-style-type: none"> 区政に関心がある区民の割合 55.1% (H29) → 59.4% (R6) 地域の活動や行事に参加している人の割合 39% (H29) → 31.4% (R6) 荒川コミュニティカレッジ修了生等が立ち上げた地域活動団体数(累計) 35団体 (H29) → 48団体 (R6) ふらっと・フラットの利用者数 4421人 (H29) → 4,390人 (R6) 荒川コミュニティカレッジ修了生数(累計) 254人 (H29) → 475人 (R6) 町会・自治会イベント助成団体数 112団体 (H29) → 102団体 (R6)
2	広報と広聴機能の充実	<ul style="list-style-type: none"> 区政に関する情報提供の拡充 広聴機能の充実 	<ul style="list-style-type: none"> ホームページの更新回数(月平均) 1,456回 (R3) → 1,313回 (R6) ホームページ訪問時の回遊ページ数(1回の訪問時に何ページ見るか) 7.92ページ (H29) → 2.26ページ (R6) Youtube登録者数(累計) 62人 (H29) → 6761人 (R6) Youtube配信数 56本 (H29) → 245本 (R6) 区民の声における感謝の数 58件 (H29) → 71件 (R6) 「区民の声」の封筒の置き場所を拡充した(令和5年10月から各ふれあい館(15館)にも配架、44か所→59か所) 区ホームページの区民の声専用入力フォームに写真を添付できるようにした。 区政世論調査 有効回答率 49.6% (H29) → 47.1% (R6) 区政世論調査 若年層(18~29歳)回答率 26.1% (H29) → 25% (R6) 区政世論調査 インターネット回答率 11.7% (H29) → 31.2% (R6) 区民の声 インターネット(専用入力フォーム)による割合 79.4% (H29) → 76.5% (R6)

2. 区を取り巻く社会動向

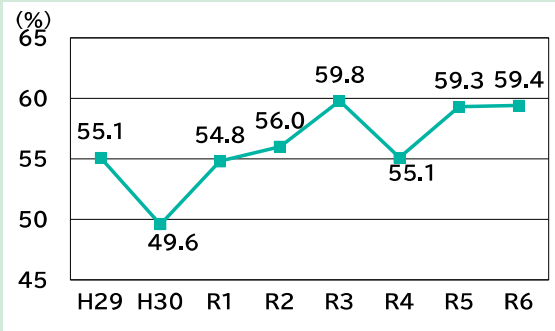
社会状況の変化
<ul style="list-style-type: none"> スマートフォンの世帯保有率は、平成29年度に75.1%だったものが、令和5年度には90.5%に増加しており、自分の必要なタイミングで情報を取得できる環境となっている。 新聞のデジタル購読サービスの出現等により、新聞の1世帯あたり部数は、平成29年度が0.75であるのに対し令和6年度は0.45と大幅に減少している。 2022年頃から生成AIが急速に普及し、一般化しつつあり、自治体のホームページにもAIや生成AIを組み込んだ検索機能が登場し始めている。 外国人住民の増加に伴い地域活動の協働のほか多言語対応等、公聴機能の充実が求められる。 地域福祉や防災など、複雑化する課題への対応の必要性が高まる一方で、自治会や町内会への加入率低下など、地域のつながりの希薄化が懸念されている。さらに、新型コロナウイルス感染症の流行によって、地域活動に制約が生じた。一方で、デジタル技術の活用によって地域内の連絡を効率化し、新たなサービス提供を可能とすることへの期待も高まっている。
国や都の主な動向
<p>【国の動向】</p> <ul style="list-style-type: none"> 地方制度調査会は、公共私連携における基本的な考え方の一つに「多様な主体の参画による持続可能な地域社会の形成」を挙げ、住民ニーズや地域の課題が多様化するなかで、多様な主体が組織の枠を超えてサービス提供や課題解決の担い手として関わるのが重要と指摘した。 デジタル化による住民、企業の地域課題解決参画への期待が寄せられ、その一例として社会や行政サービスの課題を、市民が自主的に技術を組み合わせで解決するシビックテックによる地方公共団体と住民との連携が挙げられている。 総務省は、「地域コミュニティに関する研究会」を立ち上げ、令和3年7月から令和4年3月にかけて計6回の議論を行い、その結果を令和4年4月に報告書にまとめた。同報告書は区市町村に、自治会への加入促進や活動のデジタル化推進、多様な主体との連携を求めた。 <p>【都の動向】</p> <ul style="list-style-type: none"> 令和5年度に各部局の広報機能を統合し、より専門性の高い広報戦略を展開するため「戦略広報部」を新設し、民間からも多くの専門人材の採用を行っている。 「広報東京都」、テレビ・ラジオ、ホームページの他、X・フェイスブック・インスタグラム・LINE等のSNS等を様々な媒体を活用し都民への共感を呼び発信をおこなっている。 令和7年3月に発表した「2050東京戦略」において、「多様な主体と協働して政策を推進」を挙げ、住民目線での行政サービス提供における多主体連携の必要性を明示している。 AI技術を活用した「ブロードリスニング」の手法の採り入れている。 子どもの意見を都政に取り入れていくことを目的とした「子ども都庁モニター」を実施している。 都民の声を直接施策に反映させる「都民による事業提案制度」を実施している。

3. 区の現状

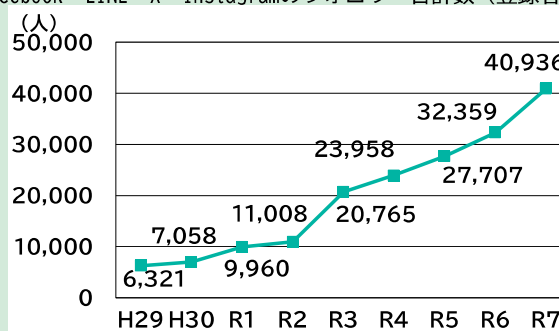
区の現状

- 令和4・7年度に実施した区政世論調査では「区政情報の入手方法」について、「あらかわ区報」からの情報入手が約50%、次いで「荒川区ホームページ」が約20%程度である。高齢者は「あらかわ区報」からの情報取得が70%超となっている。また、「あらかわ区報」の割合が減少している一方で、「LINE」・「X」などのSNSの割合は増加傾向にあり、区民にもデジタル化が浸透してきている。
- あらかわ区報発行部数は、新聞購読者数の影響を受けて平成31年度64,500部だったものが、令和7年度59,000部まで減少している。
- 地域行事・活動への参加状況について、行事に参加すると答えた人は、減少傾向にある。(H29年39%→R6年31.47%。区政世論調査より。)
- 区政世論調査の自由記述欄より、H29～H31年度実施分においても「つながりが薄れている」という懸念があったが、R4～6年度実施分においては、「町会の高齢化・後継者不足で避難所運営などが危機的」など切迫感を増した表記が増えている。一方で、現役世代の声では、「職場が区外のため地域活動に参加が出来ないものの参加したい」など、参加したい意欲はあるものの実際は仕事時間、情報不足、世帯属性（子がいないため参加しづらい等）により参加が困難であることが見受けられる。(H29～R6年度、区政世論調査)
- 区政へ関心がある区民は、やや関心がある区民を含め、この8年間で55.1%（平成29年度）から59.4%（令和6年度）と4.3ポイント上昇した。
- 区政世論調査では、「区民の声などの広聴活動が身近に感じられない」、「区民の声を出してもその後、どうなったのか、どうしているのか、全く変化が見られない」、「区への意見をLINEなどからも投稿できるようにしてほしい」、議員だけでなく、一般区民が意見を言いやすい場や機会を作ってほしい」、「若い人たちにアンケートをした方がよい」といった意見が挙げられた。
- 令和7年度に実施した区政世論調査では、区の魅力を人に勧めたいと思う割合は67.1%、区に愛着を感じている人の割合は79.3%と高い割合を示した。
- 基本構想等策定に向けたワークショップにおいて、区政に関する意見交換の場が少ないという意見が多くあった。若い世代の意見や自分には関係ないと思っている区民の声を拾い上げるのが難しく、また、区民の意見や要望を反映した政策の見える化や、フィードバックを行う仕組みが十分でない。
- 基本構想等策定に向けた区民アンケートの「荒川区の良いところ・未来に残したいところ」の設問では、自由記入欄の分析の結果、「住みやすい」「下町」がキーワードとなっており、「都電」「商店街」「昔ながら」「ふれあい」などのワードが多く上げられ、具体的には「人と人とのつながりが近く、気さくに声をかけてくれる雰囲気がある」などの回答があった。
- 基本構想等策定に向けたワークショップでは、区の弱みや課題として「区としての知名度が十分でない」「発信力が弱い」という意見が多く寄せられた。
- 区の多様な魅力を、区内外に広く発信するために、令和7年度からシティプロモーションへの取組を強化した。
- 区政情報を区内外に積極的に発信するため、毎月一回、区長の定例記者会見をYouTubeでライブ配信している。

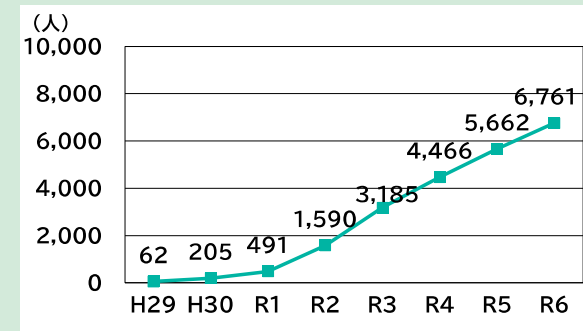
区政に関心がある区民の割合



SNS区公式アカウント総フォロワー数
(Facebook・LINE・X・Instagramのフォロワー合計数(登録者数))



Youtube登録者数(累計)



4. 1～3を踏まえた課題

政策課題

- 区政に関心のある区民は増加している一方で、区政に対する意見交換の場や機会が少なく、特に現役世代の参加を可能とする仕組みづくりが求められる。
- 区政情報の取得に世代間ギャップがあることから、これに対応する必要があるとともに、区民の声を聴取し、政策反映を行う仕組みづくりが求められる。
- 少子高齢化やライフスタイルの変化により地域コミュニティの希薄化が進むことが懸念され、地域行事・地域活動の減少が進むことが見込まれることから、コミュニティ活動への参加ハードルの低減が課題である。
- 地域が活性化し発展していくために、区の魅力を広く発信するシティプロモーション活動が課題である。

5. 小委員会で検討する事項

1 2040年の望ましい姿・目指す姿

- 政策の2040年の望ましい姿・目指す姿についてキーワードを整理する。
- 「2040年にどんな状態になっているか」を整理する。
- 「～になっている」「～が実現している」「～が整っている」「～を実感している」など。

2 望ましい姿・目指す姿を達成するための取組

- 政策の方向性についてキーワードを整理する。
- 上記で整理した状態になるには、どんな取り組みを行っていくのかを整理する。
- 「～を行う」「～取り組む」「～進める」など。